https://doi.org/10.18778/8088-032-0.18

Katarzyna Sikorska-Bujnowicz
Uniwersytet Łódzki

ŻYCIE TEKSTU KABARETOWEGO POZA SCENĄ I ROLA KANAŁU YOUTUBE. NA PRZYKŁADZIE KABARETU PARANIENORMALNI

Kabaret jako element kultury masowej

Tekst ten jest próbą udzielenia odpowiedzi na pojawiające się od dawna w przypadku kabaretu pytanie – czy tekst kabaretowy w obecnych czasach to sztuka wysoka czy też sztuka tzw. niskich lotów? Czy komunikacja masowa jest zjawiskiem negatywnym czy też pozytywnym? Czy stosowane przez autorów językowe i pozajęzykowe środki budowania humoru mają wpływ na to, jak odbierany jest z założenia żartobliwy tekst?

Nie bez znaczenia pozostaje fakt ciągłego łamania tabu i przesuwania granic dobrego smaku. Kicz jako zjawisko samo w sobie odbierany jest raczej jako coś negatywnego, raniącego uczucia estetyczne odbiorcy, przy czym wskazać należałoby tu jednocześnie na odmienne podejście do kiczu w przypadku takiego tekstu, jakim jest skecz. Autorzy celowo posługują się nim jako głównym środkiem wyrazu, by dzięki przejaskrawionej prezentacji uzyskać zamierzony efekt, jaki wynika z definicji żartu, czyli uśmiech na twarzy pojedynczego odbiorcy i śmiech na sali.

W przypadku grupy PARANIENORMALNI mamy do czynienia wręcz z mistrzowskim wykorzystaniem kiczu – zarówno w postaci pozajęzykowych, jak i językowych środków budowania humoru. Istniejąca już od ponad dziesięciu lat grupa kabaretowa bawi odbiorców, proponując im cały wachlarz barwnych postaci i scen. Sami artyści mają szczególne podejście do odbiorcy, który tak naprawdę nie jest odbiorcą łatwym do zdefiniowania, co wynika z rozmaitości mediów, poprzez które grupa prezentuje się na polskiej scenie kabaretowej. Jak długo więc i gdzie poza sceną funkcjonuje tekst kabaretowy?

Spektakle tzw. biletowane nie są jedynym sposobem na poznanie twórczości PARANIENORMALNYCH. Tekst kabaretowy żyje również poza sceną – dzięki wydawanym przez nich płytom DVD, udzielanym wywiadom czy w ostatnim czasie również dzięki ich własnemu programowi telewizyjnemu „Paranienormalni tonight" w programie 2 telewizji publicznej. Powtórki wyemitowanych odcinków są dostępne w internecie na stronie vod.tvp.pl, czyli w tym przypadku artyści

zadbali też o to, by ich program mógł być oglądany bez ograniczeń czasowych, również przez tych, którzy nie są telewidzami.

Stworzona przez PARANIENORMALNYCH Płocka Noc Kabaretowa stała się ich znakiem rozpoznawczym, podobnie jak i udział w licznych kabaretonach – czy to w roli prowadzącego, czy też jako występujących na scenie z własnym programem. Niewątpliwie jednak największa siła przekazu przypisywana jest obecnie temu medium, jakim jest internet, w szczególności portalowi społecznościowemu Facebook oraz kanałowi YouTube. Dzięki nim artyści pozostają w stałym kontakcie ze swoimi fanami, ich skecze mogą być odtworzone zawsze i wszędzie, oczywiście pod warunkiem, że odbiorca ma dostęp do internetu. Świat wirtualny zaczyna dominować nad rzeczywistym, co dostrzegli również artyści kabaretowi, wykorzystując w ten sposób kolejną ścieżkę dostępu do odbiorcy. I tutaj nasuwa się pytanie właśnie o tego typu odbiorcę – kim jest współczesny miłośnik kabaretu jako element tzw. kultury masowej? Czy fakt, że kabaret nie jest już sztuką zarezerwowaną wyłącznie dla wybranych, lecz stał się dostępny praktycznie zawsze i wszędzie, oznacza zjawisko pozytywne, czy to raczej powoduje, że w tym aspekcie ociera się o kicz? Czy próba dotarcia do jak największego grona odbiorców jest czymś negatywnym? Stanowisko takich badaczy kiczu jak Susan Sontag czy Theodor Adorno pozwala na stwierdzenie, że również krytycy postrzegają kicz niekiedy jako zjawisko pozytywne. Kabaret, będący jedną z dziedzin sztuki, staje się elementem kultury masowej, a fakt jego dostępności dla coraz większego grona odbiorców z pewnością należy ocenić pozytywnie.

Z definicji środków masowego komunikowania wynika ich funkcja oddziaływania na społeczeństwo jako odbiorcę [Filipiak 2003: 20–29]. Przede wszystkim wskazuje się na jednostronne ich oddziaływanie, przy założeniu istnienia sprzężenia zwrotnego między nadawcą a odbiorcą. Mowa w tym przypadku o dwóch rodzajach mediów, tj. o tych tradycyjnych oraz interaktywnych, do których zaliczany jest internet [por. Filipiak 2003].

Proces komunikacji, z którym mamy do czynienia w przypadku środków masowego przekazu, jest formą komunikacji pośredniej, zwanej inaczej masową. Z tego wynika również charakter odbiorcy, którym jest w tym przypadku liczna i zróżnicowana publiczność, niemająca swej określonej struktury. Internet, w przeciwieństwie do takich mediów jak telewizja czy radio, daje odbiorcom możliwość interakcji, czyli proponowane przez twórców dzieła spotykają się z natychmiastowym odzewem, sami twórcy zaś są w stałym kontakcie ze swymi fanami dzięki portalowi społecznościowemu Facebook.

Ciekawe podejście do kabaretu jako formy sztuki prezentuje Władysław Sikora[1], znany kabareciarz z grupy Potem, który niejako stworzył teorię kabaretu,

[1] Teorię kabaretu według Sikory można znaleźć na stronie www.sikora.art.pl [dostęp 10.06.2015].

oczywiście z właściwym dla siebie poczuciem humoru, i na którego powołują się również artyści grupy PARANIENORMALNI:

> Chociaż powszechnie pokutuje opinia, że kabaret to tylko rozrywka, sztuka użytkowa czy podkasana Muza – to jest to tylko opis kabaretu popularnego. I tak jak muzyka ma swoje arcydzieła i letnie przeboje – tak kabaret bywa popularny i artystyczny. [Sikora 2015]

Współczesny odbiorca sztuki jest już innym odbiorcą niż ten sprzed ponad pięćdziesięciu lat, kiedy na polskiej scenie panował Kabaret Starszych Panów, proponujący wyrafinowany rodzaj żartu, który charakteryzowało wysublimowane poczucie humoru jego autorów. Istniejące w tamtych czasach granice dobrego smaku, wyznaczające dobór właściwych, czyli akceptowanych ogólnie, językowych środków budowania humoru, zostały znacznie przesunięte w ciągu minionych dekad. Dzisiejszy odbiorca nie szuka już wrażeń estetycznych, wyrażających się językiem literatury pięknej, lecz takich, które są niejako kontynuacją jego dnia codziennego – szuka odskoczni od codzienności, jednocześnie chcąc ją oglądać w krzywym zwierciadle, by w ten sposób poczuć się częścią składową większej całości – w tym przypadku publiczności masowej.

Kicz w kabarecie

Przywoływane od dawna pojęcie kiczu jest tak naprawdę pojęciem trudnym do zdefiniowania, przede wszystkim ze względu na fakt, że współczesnej sztuki nie da się jednoznacznie określić, ponieważ ogromną rolę w formułowaniu opinii na jej temat zaczynają odgrywać odbiorcy masowi, nie tylko krytycy mający na uwadze konkretne normy i reguły, którymi powinna kierować się sztuka, by była uważana za sztukę wysoką. Czy jednak masowość kultury jest zjawiskiem negatywnym?

Proponowane w słownikach języka polskiego [por. http://sjp.pwn.pl] definicje kiczu wskazują następujące elementy znaczenia: ‘mała wartość artystyczna’, ‘wykonane z przepychem’, ‘pozbawione gustu’, ‘brak gustu’. Wskazuje się przy tym na etymologię słowa i niemieckie słowo *Kitsch*, które pojawiło się ok. roku 1870 w znaczeniu ‘lichota’, ‘tandeta’ w odniesieniu do malarstwa, z czasem zaś rozszerzyło swój krąg znaczeniowy o wymienione wcześniej elementy.

Zdefiniowany przed laty przez Sontag kicz jako *camp* jest rozumiany jako rodzaj wrażliwości odbiorcy, jako zjawisko, którego cechą jest epatowanie wszystkim, co wyolbrzymione, przesadne i nienaturalne. Z drugiej zaś strony Sontag wskazuje na to, że *camp* może być czymś naturalnym, występującym w danej rzeczy bez ingerencji autora. Współczesny odbiorca nie dostrzega już dystansu między sztuką wysoką i niską, masową, nierzadko stojącą na granicy kiczu [por. http://www.kul.pl/kicz-we-wspolczesnej-kulturze,art_43125.html].

Czym wobec tego jest kicz w kabarecie? Artyści kabaretowi prezentują pogląd, że ich zadaniem nie jest edukowanie odbiorcy, lecz wymyślanie dla niego rozrywki, zabawianie go, co podkreśla wymieniany już wcześniej Sikora:

> Nie zgodzę się z większością krytyków – którzy żądają od kabaretu więcej niż żartów. Żądają publicystyki, propagandy politycznej i społecznej lub wartości literackich i metafizycznych klimatów. To nie jest sztuka kabaretowa – to edukacja, propaganda, literatura, teatr – ale nie kabaret. [Sikora 2015]

Kabaret PARANIENORMALNI proponował w ciągu minionych lat różne typy skeczu, przy czym znakiem rozpoznawczym stała się postać Mariolki, obecnie grupa ta jest kojarzona z postacią Jacka Balcerzaka oraz Kryspina, Cesarza Internetu. Rozwój tych postaci związany jest z rozwojem mediów, dzięki którym artyści docierają do swoich odbiorców [http://www.paranienormalni.com; http://kabaret.tworzymyhistorie.pl, http://www.vod.tvp.pl]. Okrzyknięty Cesarzem Internetu Kryspin jest symbolem czasów, w których medium to staje się podstawowym środkiem komunikacji. Dzięki portalowi Facebook oraz kanałowi YouTube mamy możliwość stałego kontaktu z kabaretem, regularnie proponującym nowe skecze z Kryspinem w roli głównej.

Posługując się kiczem jako podstawowym środkiem wyrazu, zarówno w ramach komunikacji werbalnej, jak i niewerbalnej, PARANIENORMALNI konfrontują swych odbiorców ze scenkami z życia swoich bohaterów, których pierwowzór z pewnością każdy z nas odnajdzie wśród osób z najbliższego otoczenia. Mariolka przypomina nam koleżankę z pracy, sąsiadkę czy też obcą nam, rozmawiającą cały czas przez telefon komórkowy osobę, z którą jedziemy miejskimi środkami transportu, zaś Kryspin to bohater naszych czasów, spędzający większość czasu przed komputerem, czego efektem, jak można się domyślić, są problemy ze wzrokiem i noszone przez niego kiczowate okulary z grubymi szkłami. Postać Jacka Balcerzaka staje się powoli następcą Mariolki, z którą artyści pożegnali się już skeczem „Mariolka 60 lat później". Niezwykle barwna postać boksera Jacka Balcerzaka (grana przez Igora Kwiatkowskiego), mającego problemy w komunikowaniu się z doktorem Prozakiem (postać tę gra Robert Motyka), utożsamiana może być ze sportowcem „po przejściach", dla którego formułowanie zwykłych wypowiedzi rodzi liczne trudności, co niewątpliwie jest efektem odniesionych przez niego kontuzji.

Niektórzy doszukują się w tym skeczu krytyki polskiej rzeczywistości, przy czy sami artyści mówią, że dalecy są od komentowania sytuacji politycznej, gospodarczej itd., skupiają się na przedstawianiu postaci, jakie znamy z naszego otoczenia, w ten sposób każdy z odbiorców ma możliwość identyfikowania się z przedstawianymi w krzywym zwierciadle sytuacjami[2].

---

[2] Odwołuję się tutaj do mojego spotkania z kabaretem PARANIENORMALNI w Łodzi, w dniu 15 listopada 2014 r. i rozmowy z artystami na temat ich twórczości.

Istotne jest też podejście artystów grupy PARANIENORMALNI do samego tworzenia tekstów. Przyznają oni, że pisząc teksty, zwracają szczególną uwagę na taki dobór środków wyrazu, by nikomu nie sprawić swoimi żartami przykrości, gdyż odbiorców traktują jak członków własnej rodziny. Wydaje się więc, że zastosowany przez nich kicz jako środek artystycznego wyrazu jest czymś całkowicie zamierzonym, obliczonym na przykucie uwagi widza, który dzięki tym mechanizmom odnajdzie siebie w przerysowanych sytuacjach dnia codziennego, oczywiście nie identyfikując się z postaciami, lecz odnajdując w nich kogoś z własnego otoczenia.

Pytani o stosowanie quasi-wulgaryzmów („kuwa", „sprtalaj") PARANIENORMALNI odpowiadają, że elementy te nadają całej wypowiedzi odpowiedniego kolorytu, jednocześnie nie raniąc niczyich uczuć, na czym szczególnie im zależy.

Oczywiście nie można nie wspomnieć o całej sferze pozajęzykowej, która w przypadku postaci prezentowanych przez Kwiatkowskiego jest tu równie ważna jak językowe środki budowania humoru. Postać Mariolki – w moim przekonaniu – to uosobienie kiczu, ale pozytywnego, nie wzbudzającego niechęci. Ubrany w jaskrawy sweterek i przykrótkie spodnie Igor Kwiatkowski w roli Mariolki, kojarzonej z blond peruką oraz przewieszoną przez ramię torebką z „podrabianej imitacji sztucznej skóry", samym pojawieniem się na scenie wywołuje salwy śmiechu na widowni. Wizerunek, sposób poruszania się, gestykulacja, w połączeniu z językiem postaci, pełnym quasi-wulgaryzmów, błędnie użytych i niewłaściwie rozumianych słów – co traktowane może być jako kiczowaty, czyli nacechowany tandetą i brakiem smaku sposób wypowiadania się – tworzą mieszankę wybuchową i sprawiają, że najczęstszą reakcją na proponowany skecz jest oczekiwany przez twórców kabaretowych śmiech widza.

Kicz w języku kabaretu

Przeprowadzona analiza tekstów grupy PARANIENORMALNI pozwoliła na wybranie tych najbardziej reprezentatywnych, skupionych wokół postaci Mariolki i sformułowanie wniosków dotyczących elementów kiczu w języku stosowanych przez ten kabaret. Wśród językowych środków budowania humoru należy przede wszystkim wymienić grę słów, polegającą na stosowaniu wyrazów wieloznacznych, wykorzystywanych w tekstach oczywiście tylko w jednym z wielu znaczeń, homofonię oraz wyrazy obcego pochodzenia. Bohaterka skeczu nie zna tych słów, używa ich w niewłaściwy sposób, co staje się niejako jej wizytówką i dodatkowym elementem humorystycznym wywołującym śmiech u odbiorcy.

Poniżej przedstawię jeden z proponowanych skeczów, w których główną postacią jest Mariolka.

Skecz „Mariolka 1"

Na scenie pojawia się przebrany za kobietę Igor Kwiatkowski. Blond peruka, sweterek w jaskrawych kolorach oraz przewieszona mała torebka są znakiem rozpoznawczym tej postaci, podobnie jak słyszany w tle motyw utworu Danzela (*Don't you know, pump it up, You got to pump it up, Don't you know, pump it up, You got to pump it up*).

Słuchajcie, (1) ***ja pitolę***, (2) ***jestem taka podjarana***, taka podenerwowana, że szok, normalnie, (3) ***kuwa,*** tipsy zjadłam, no mówię wam, (4) ***tera*** mi się plastikiem odbija. Mam takiego (5) ***newsa*** dla Gabryśki, że jak jej powiem, to (6) ***kuwa***, padnie. Super, (7) ***kuwa, granie na czekanie***! *Słychać muzykę. „Don't you know, pump it up, You got to pump it up, Don't you know, pump it up, You got to pump it up"* No cześć, Gabryśka, Mariola mówi. A ty kto (8) ***kuwa,*** jesteś, a kim pan jest? Ale ja (9) ***kuwa*** nic nie rozumiem po polsku, jaki (10)***„the subscriber you have called"***? [...] (11) ***Kuwa,*** co to było? (12) ***Kuwa,*** ale (13) ***jestem pojechana***. No cześć, no! Teraz dobrze, Gabryśka, słuchaj, mam dla ciebie takiego (14) ***newsa,*** że padniesz, dziewczyno, (15) ***ja pitolę***, stoisz, to (16) ***kuwa*** usiądź, siedzisz, to (17) ***kuwa*** wstań, Gabryśka, twoja przyjaciółka (18) ***sensu stricto***, czyli ja, (19) ***kuwa***, wygrałam zagraniczną wycieczkę, słuchaj, no gdzie jedziemy, gdzie się (20) ***kuwa*** bawimy, no nieważne, taki (21a) ***casting był „Zostań twarzą firmy budowlanej"*** i (22) ***kuwa*** wygrałam. (21b) ***Co będę reklamować? Pustaki!*** No, (23) ***spoksik, spoksik***. Gabryśka, no to gdzie się bawimy, gdzie szalejemy [...] Gabryśka, (24) ***gdzie jedziemy***, gdzie się (25) ***kuwa*** bawimy? No, ja słyszałam, że jak się jedzie na zagraniczną wycieczkę, to się koniecznie trzeba (26) ***sczepić***. No, ja wiem, że głupio, ty będziesz chciała gdzieś pójść, to jak pójdziemy takie sczepione? No, no. Co? (27a) ***Paszport mam***, a po co mam go (27b) ***przedłużać***? Żeby mi się do torebki nie zmieścił? Ty, zabiorę ten krem, co mi dałaś. No dziewczyno, (28) ***rewelka***, (29) ***zarąbisty*** jest, ale mi pudełka nie dałaś, nie wiem, na co on jest, co on robi. No, weź mnie (30) ***kuwa*** nie strasz, (31) ***ściąga pory***??? Szczera jesteś, wiesz? Dobra, Gabryśka, [...] (32) ***gdzie jedziemy***, gdzie się (33) ***kuwa*** bawimy? Co? (34a) ***Morze Egejskie***? No wariatko, (34b) ***kuwa,*** zwariowałaś? Dwa tygodnie z (34c) ***egejami***? (35) ***Hello***! Ty, (36a) ***kuwa.***, gdzie ty, zaraz mnie, (36b) ***kuwa, na wyspę Lesbos wyślesz***! I co byśmy tam w ogóle robiły? Skoki na (37) ***bungee***? Super. A ty wariatko, (38) ***kuwa*** widziałaś, jakie to małe jest, no ja widziałam gościa w telewizji, jak na tym (39) ***bungee grał,*** no! *Naśladuje grającego na banjo.* Torebkę (40) ***se*** kupiłam, (41) ***podrabiana imitacja sztucznej skóry***. Słuchaj, okazyjnie, w tym sklepie „Wszystko po 5 złotych". Jak to (42) ***kuwa***, ile dałam? Gabryśka, (43) ***kuwa,*** sklep po 5 złotych. (44) ***Don't matter!*** [...]A tak w ogóle, to co byśmy tam [na Hawajach] robiły? W czym spały? W (45) ***bunga... bungalowach***? A coś ty, ja tam tradycyjnie, jak ciepło jest, w samych gaciach wolę. A w ogóle słyszałam, że na Hawaje się (46) ***zarąbiście*** długo pociągiem jedzie. Samolotem to (47) ***kuwa*** zapomnij, zapomnij, wiesz, jak ja (48) ***kuwa*** gadać lubię, a słyszałam, że tam na lotnisku jest taka (49) ***bez słowa. Strefa bez słowa***, mówię ci. [...] Dobra, Gabryśka, dawaj, gdzie jedziemy? Jamajka odpada, nie, nie, nie, tam są te (50) ***laleczki łubudu,*** to odpada. [...] Ciebie jak o coś poprosić, to tak jak z tym calgonem, tak żeś mi poradziła. Co z (51) ***calgonem***? Jeszcze się (52a) ***kuwa*** pytasz, beznadzieja! Nie dość, że (52b) ***kamienia*** nie usuwa, to wiesz, (52c) ***kuwa,*** jaką zgagę miałam!

Do stosowanych środków budowania humoru należą: elementy języka młodzieżowego: (1) ***ja pitolę***, (2) ***jestem taka podjarana***, (13) ***jestem pojechana***, (23) ***spoksik, spoksik***, (28) ***rewelka***, (29) ***zarąbisty*** i (46) ***zarąbiście***, quasi-wulgaryzm ***kuwa*** (6, 8, 9, 11, 12, 16, 17, 19, 20, 22,25, 30, 33, 34b, 36a, 36b, 38, 42, 43, 47, 48, 52a, 52c), polisemia ***przedłużać ważność czegoś*** vs ***przedłużać coś*** (27a, b), ***ściągać pory*** (skóry) vs ***ściągać pory*** 'ściągać spodnie' (31), (52b) ***usuwać kamień*** (nazębny) vs ***usuwać kamień*** (z urządzeń sanitarnych), stosowanie anglicyzmów przy jednoczesnym braku rozumienia ich znaczenia, np. (10) ***the subscriber you have called***, (37) ***skoki na bungee*** jako *skoki na banjo, (39) ***na tym *bungee grał*** vs ***banjo***, (44) ***don't matter*** zamiast ***it doesn't matter***, (45) ***spać w *bungalowach***, rozumianych jako określenie bielizny nocnej oraz homofonia ***strefa bez słowa*** (49) zamiast ***strefa bezcłowa***, ***laleczki łubudu*** (50) zamiast ***laleczki woodoo*** oraz ***sczepić się*** (26) zamiast ***szczepić się***.

Należy tu również zwrócić uwagę na występowanie źle bądź też wcale nierozumianych słów, np. elementy (34a) ***Morze Egejskie***, (34c) ***egejami*** kojarzone są z określeniem ***gej***, znanym naszej postaci jako *egej.

Innym zabiegiem celowo stosowanym przez autorów w powyższym skeczu są błędne formy wyrazów, np. (4) *tera vs ***teraz***, (24) ****gdzie jedziemy*** vs *dokąd jedziemy, (40) *se kupiłam zamiast ***sobie kupiłam*** i nagromadzenie przymiotników w funkcji przydawki: (41) ***podrabiana, sztucznej*** wraz z synonimem (***imitacja skóry***) dla całej grupy wyrazowej, co dodatkowo podkreśla jej pejoratywne znaczenie – (41) ***podrabiana imitacja sztucznej skóry***.

Obok błędnie lub wcale nierozumianych słów obcego pochodzenia pojawiają się również te znane Mariolce i będące elementem leksyki dnia codziennego (14) ***mam newsa*** i (18) ***sensu stricto***.

Omawiając język tej postaci, nie można zapominać o grze słów, w której autorzy odwołują się do wiedzy odbiorcy i jego skojarzeń, gdzie słowo ***pustak*** kojarzone jest z głupią blondynką: (21a) ***casting był „Zostań twarzą firmy budowlanej"*** i (21b) ***Co będę reklamować? Pustaki!*** Oczywiście kontekst sytuacyjny implikuje wystąpienie znaczenia słowa pustak również w znaczeniu głównym, jako rodzaju cegły i znajduje się w polu wyrazowym razem z innym określeniem z tego skeczu, tj. ***firma budowlana.***

PARANIENORMALNI i Internet

Internet to obecnie najpopularniejsze medium, dzięki któremu możliwa jest komunikacja między artystami i odbiorcą masowym. Umieszczane są w nim na bieżąco zarówno skecze, krótkie filmy, najnowsze informacje dotyczące tras koncertowych, wydawanych płyt DVD, programów telewizyjnych, w których wystąpili artyści tej grupy, jak i wywiady, których udzielili przy okazji występów w Polsce i za granicą.

Rejestrowane i udostępniane w sieci materiały zaczynają niejako żyć poza sceną. Nagranie nie znika, dzięki współczesnym technologiom jest dostępne zawsze i wszędzie, możliwe są niezliczone powtórki, widz ma zatem do niego nieograniczony dostęp. Należy przy tym podkreślić fakt, że współczesny rynek mediów nie ogranicza się do jednej formy przekazu. Proponowane przez artystów skecze, oglądane na żywo w trakcie festiwali kabaretowych, funkcjonują następnie w internecie, co zwiększa liczbę odbiorców. Na stronach TVP (kabarety.tvp.pl, vod.tvp.pl) mamy możliwość śledzenia poczynań bohaterów kolejnych programów „Paranienormalni tonight", zaś na oficjalnych stronach internetowych miast, w których występują artyści tego kabaretu, znajdziemy przeprowadzane z nimi wywiady, również za granicą (m.in. www.poloniainfo.se).

Dzięki oficjalnemu profilowi na Facebooku artyści pozostają w ciągłym kontakcie z fanami. Na kanale YouTube (www.youtube.com/user/PARARALAKSA) Kryspin zaprasza na prezentację starych i nowych filmików z własnym udziałem, zaś na Instagramie artyści umieszczają zdjęcia, które następnie podlegają ocenie, podobnie jak na Facebooku. Również na stronie www.kabaret.tworzymyhistorie.pl znajdziemy stworzone przez PARANIENORMALNYCH skecze, materiały na ich temat oraz statystyki w kategoriach „popularność" i „polubienia". Scenki w ich wykonaniu udostępnione są też na www.dailymotion.com, www.ipla.tv, www.kabarety.com.pl (Polski Serwis Kabaretowy), www.zrobkabaret.pl i www.kabaretos.pl.

O bardzo dużym zainteresowaniu odbiorców świadczą liczby wyświetleń krótkich filmów umieszczonych na kanale YouTube (www.youtube.com/user/PARARALAKSA), np. do 8 września 2015 roku skecz „Kryspin i koń" obejrzało już prawie 2 300 000 internautów. Ten istniejący od 1 czerwca 2010 roku oficjalny kanał kabaretu PARANIENORMALNI zanotował w tym czasie 114 491 subskrypcji oraz 41 555 590 wyświetleń. Dane te niewątpliwie świadczą o tym, jak silnym medium jest internet, dzięki niemu proponowane przez artystów skecze mają zagwarantowany stały odbiór nie tylko podczas spektakli, lecz również poza sceną. Należy stwierdzić, że sieć stała się niejako miernikiem popularności, o czym informuje wymieniona wyżej liczba wyświetleń. Internet pełni też istotną rolę jako miejsce reklamy wydawnictw kabaretowych (www.newabra.com.pl, www.sklep.kabarety.com.pl, www.eskander.pl), dzięki konkretnym stronom można kupić nie tylko bilety na spektakl, lecz i wydane przez artystów płyty DVD, co z kolei daje odbiorcy możliwość wielokrotnego odtwarzania skeczów ulubionego kabaretu, tym razem już niezależnie od internetu.

Wnioski i prognozy

W przypadku tekstów kabaretu PARANIENORMALNI można mówić o celowym zastosowaniu konkretnych środków budowania humoru, zarówno językowych, jak i pozajęzykowych, zabarwionych kiczem. Towarzyszy on posta-

ciom odgrywanym przez artystów tej grupy i staje się nierozerwalną częścią ich twórczości, przy czym nie jest to kicz w znaczeniu negatywnym. Proponowany przez artystów rodzaj humoru nie rani uczuć odbiorcy, nie wykracza poza granice dobrego smaku, nie łamie tabu, jest mistrzowskim wykorzystaniem dostępnych środków językowych w zestawieniu z przemawiającymi do widza elementami mowy ciała.

Ostatecznie to my jako odbiorcy skeczu decydujemy, jaka jest nasza ocena, zawsze jest to kwestia subiektywna. Mimo znajomości środków językowych i pozajęzykowych, mimo świadomości, w jakim celu są one wykorzystywane, chcemy jako członkowie publiczności masowej mieć jednak własne, odrębne, niezależne zdanie na temat tego, czym dla nas jest kicz. Jeśli uważamy go za zjawisko nieszkodliwe, wręcz przyczyniające się do popularyzacji tego rodzaju sztuki, jaką jest twórczość kabaretowa, to niewątpliwie można wyciągnąć wniosek, że kicz nie szkodzi kulturze, wręcz przeciwnie – może nawet jej pomóc. Ciągły rozwój języka związany jest ze zmianami na płaszczyźnie leksykalnej. Język jako źródło środków budowania humoru również ulega modyfikacjom, z tego też względu współczesny język kabaretu różni się od tego sprzed kilku dekad. Ciekawe byłoby studium porównawcze współczesnych tekstów kabaretowych, rozpowszechnianych przede wszystkim przez internet, i tych sprzed ponad pięćdziesięciu lat, kiedy kabaret zarezerwowany był dla wybranych i traktowany jako przejaw sztuki wysokiej.

Współczesny język to przede wszystkim kompaktowe wypowiedzi, pełne wieloznacznych słów, wymaga od odbiorcy ich znajomości, gdyż w przeciwnym razie komunikacja, również ta masowa, której formą wyrazu są teksty kabaretowe, może zostać zakłócona. Kicz jako symbol naszych czasów pojawia się na tej samej płaszczyźnie co pytania o dobry gust i związane z nimi pojęcie tabu. W ten sposób przesuwane są granice dobrego smaku, co sprawia, że twórczość grupy PARANIENORMALNI jako kabaretu docierającego do coraz większej, bo już kilkumilionowej publiczności, staje się znakiem naszych czasów, w których tempo życia wpływa również na formę wypowiedzi, gdzie przy zastosowaniu możliwie jak najmniejszej liczby słów powstaje bogaty w treść tekst.

Bibliografia

Attardo S. [1994], *Linguistic Theories of Humour,* Mountain de Gruyter, Berlin–New York.

Bärnthaler T., Bernard A. [2011], *Was ist guter Geschmack?,* "Mode & Accessoires Reise", Heft 36, http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/36202 [dostęp 8.08.2014].

Buttler D. [1968/2001], *Polski dowcip językowy*, PWN, Warszawa.

Dettmar. U., Küpper Th. (Hrsg.) [2007], *Kitsch: Texte und Theorien*, Reclam, Ditzingen.

Drösser Ch. [1998], *Linguisten wissen, warum wir über Witze kichern: Der Scherz lebt vom Widerspruch,* http://www.zeit.de/ [dostęp14.06.2010].

Ekman P. [2004], *Gefühle lesen – Wie Sie Emotionen erkennen und richtig interpretieren*, Elsevier Spektrum Akademischer Verlag, München.

Filipiak M. [2003], *Homo Communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.

KABARET PARANIENORMALNI [2009], *Mariolka prawdę Ci powie*, DVD, Agora SA, Warszawa.

Kissler A. [2014], *Wo die Satire ihre Grenzen hat*, http://www.cicero.de/salon/isis-witze-im-br-wo-die-satire-ihre-grenzen-hat/57800 [dostęp 23.06.2014].

Matschnig M. [2007b], *Gesten sagen mehr als Worte. Die Körpersprache gibt den Ton an*, [w:] "TELIS Magazyn", s. 142–144, http://matschnig.com/files/TELIS.pdf [dostęp 23.06.2014].

Matschnig M. [2011], *Zuerst spricht der Körper*, "Kärtner Wirtschaft", 10, http://matschnig.com/de/images/MX-2600N_20111007_100213.pdf [dostęp 23.06.2014].

Sikorska-Bujnowicz K. [2010], *Polysemie und Homonymie als Mittel des Humoristischen in einem Sketchtext*, [w:] Sadziński W., Sikorska-Bujnowicz K. (red.), *Adäquatheit in Sprache und Literatur*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Germanica", z. 6, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 69–78.

Sikorska-Bujnowicz K. [2012c], *Polisemia i homofonia jako środki budowania humoru na przykładzie skeczów kabaretu „Paranienormalni"*, [w:] Kwiatkowska A., Stanecka A. (red.), *Humor. Teorie – praktyka – zastosowania. Kody humoru*, Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie, Piotrków Trybunalski, s. 153–159.

Sikorska-Bujnowicz K. [2013], *Sprachliche Mittel des Humoristischen im Deutschen und im Polnischen*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Deptuła B. [2010], *Camp: „Notatki" Susan Sontag*, http://www.dwutygodnik.com/artykul/221-camp notatki-susan-sontag.html [dostęp 14.06.2015].

http://www.kul.pl/kicz-we-wspolczesnej-kulturze,art_43125.html